

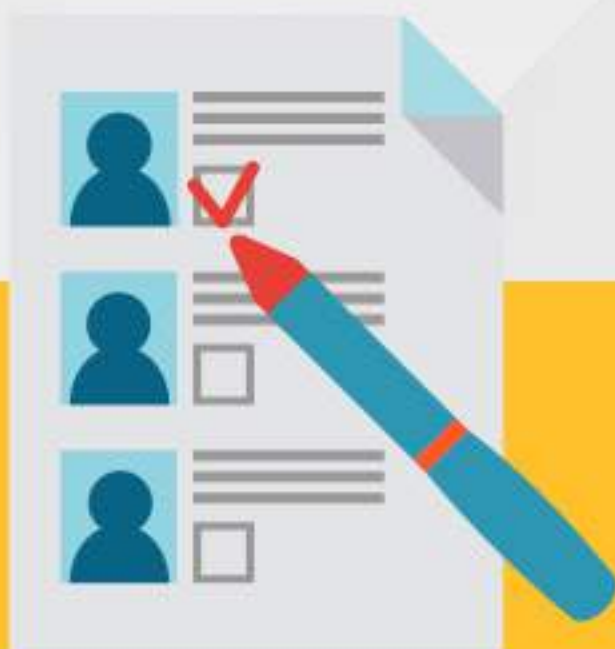
O QUE O —
ELEITOR
CONECTADO
— QUER



PRESENÇA ONLINE



PESQUISA REALIZADA PELA PRESENÇA ONLINE



Distribuição:

*formulário online distribuído
por e-mail e redes sociais*



Amostra:

1.570
eleitores



Período:

*de 1 a 20 de
fevereiro de 2016*

DOA- ÇÕES



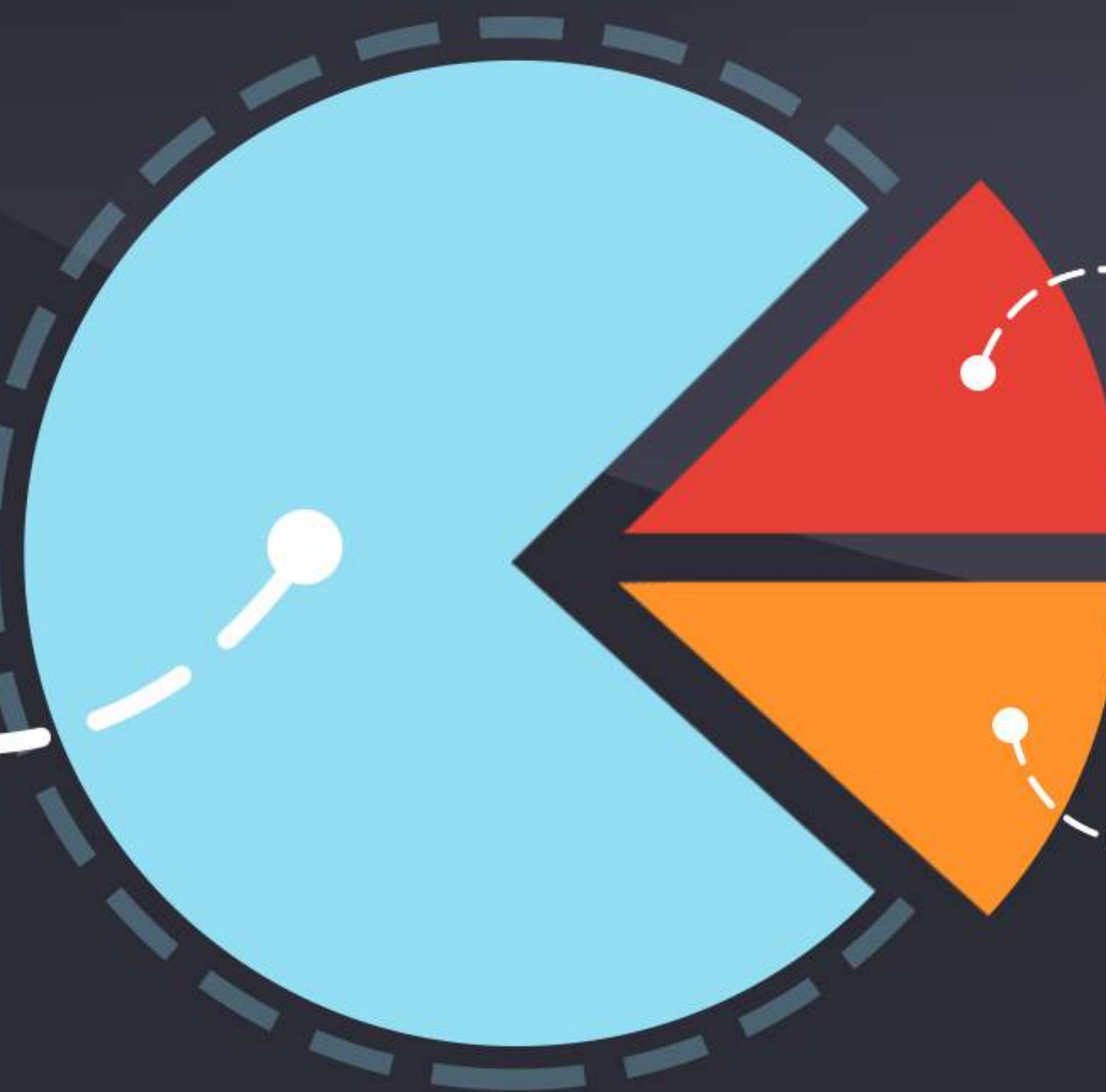


COM O FIM DAS DOAÇÕES CORPORATIVAS,
O ELEITORADO SE MOSTRA **PREDISPOSTO A DOAR?**

AMOSTRA: 1.334 RESPONDENTES



Não
76%



Sim
13%



Talvez
11%





MOTIVOS PELOS QUAIS **NÃO DOARIA**

AMOSTRA: 919 RESPONDENTES

Não confio
para doar

26%

243

2%

Não sei
como doar

11

Quase
3/4
podem ser
convencidos
a doar

2%

Já doei e
me arrependi

18

647

70%

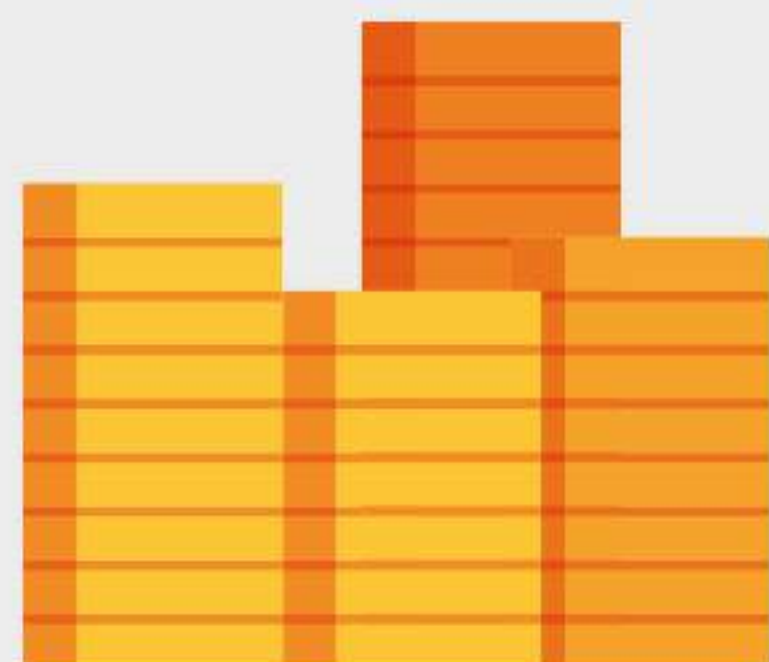
Não acho que
político precise



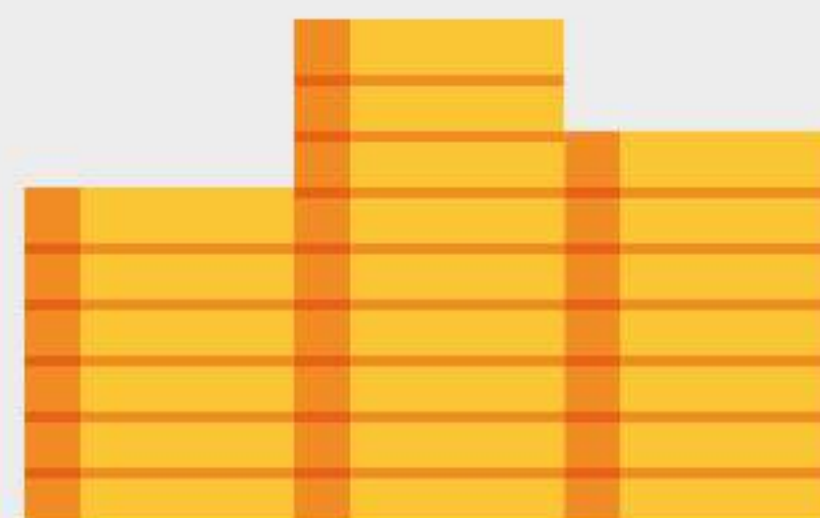


DOS QUE DOARIAM **(SIM E TALVEZ)**
QUAL **VALOR** ESTÃO DISPOSTOS?

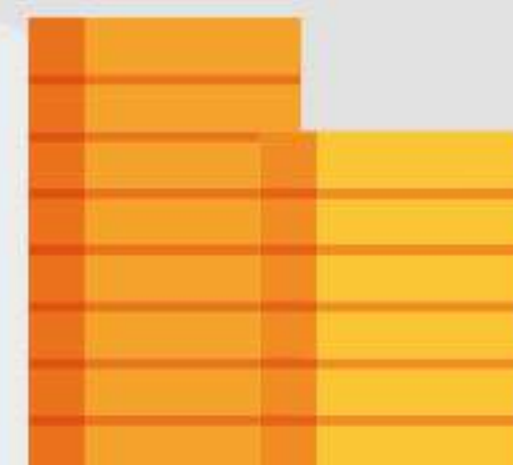
AMOSTRA: 323 RESPONDENTES



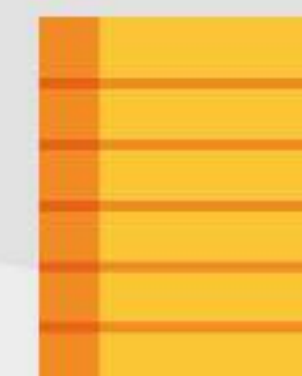
12%
acima de
R\$ **500**



11%
R\$ **201**^a
R\$ **500**



33%
R\$ **51**^a
R\$ **200**



43%
até
R\$ **50**



1%
não
sabem



QUEM ESTÁ MAIS DISPOSTO A DOAR PARA **CAMPANHA DE SEU CANDIDATO?**

AMOSTRA: 1.336 RESPONDENTES (2016)

PERFIL DAQUELES
QUE DOARIAM
(SIM E TALVEZ)



59%
são homens



58%
moram em cidades com
mais de 500 mil
habitantes

48%
tem entre
36 e
55 anos



50% declaram-se
apartidários





QUEM ESTÁ MAIS DISPOSTO A DOAR PARA **CAMPANHA DE SEU CANDIDATO?**

AMOSTRA: 1.336 RESPONDENTES (2016)

PERFIL DAQUELES
QUE DOARIAM
(SIM E TALVEZ)



41%
são mulheres



66%
moram em cidades com
mais de 500 mil
habitantes

47%
tem entre
36 e
55 anos



55% declaram-se
apartidárias





DOAÇÕES:

AGRUPANDO OS RESPONDENTES POR ORIENTAÇÃO IDEOLÓGICA,

QUAL O ÍNDICE DE DISPOSIÇÃO PARA DOAR?

AMOSTRA: 1.359

Esquerda
Centro-esquerda
Extrema-esquerda

Não	Sim
58%	17%
14%	11%
Talvez	Não responderam

Centro

Não	Sim
64%	10%
15%	11%
Talvez	Não responderam

Direita
Centro-direita
Extrema-direita

Não	Sim
67%	10%
13%	11%
Talvez	Não responderam

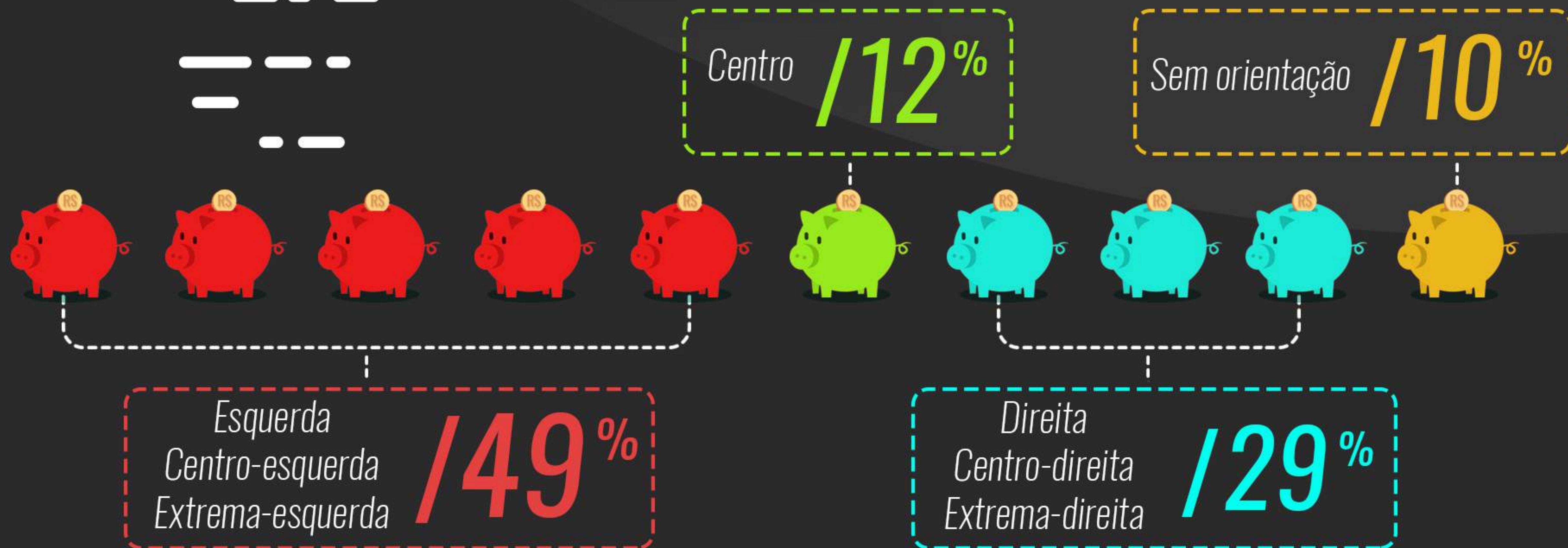
Sem orientação

Não	Sim
68%	3%
5%	23%
Talvez	Não responderam



DOAÇÕES:

CONSIDERANDO APENAS AS PESSOAS QUE RESPONDERAM **SIM** PARA DOAÇÃO, QUAL A ORIENTAÇÃO IDEOLÓGICA?



A ESCOLHA- DO CANDIDATO





POR QUE *NÃO VOTAR* EM 2016?

49% Não acredito em
políticos ou no
processo eleitoral



23%
Nenhum candidato
me representa

5%
Moro no DF

5%
Não sou obrigado
(-18 +70)



Estarei fora da
minha zona
eleitoral **19%**





QUAIS OS CRITÉRIOS
UTILIZADOS PARA
ESCOLHER O CANDIDATO
POR FAIXA DE CIDADE?

- 1 Relacionamento pessoal com o candidato
- 2 Relacionamento virtual com o candidato
- 3 Propostas apresentadas
- 4 Histórico e trajetória política
- 5 Indicação de amigos
- 6 Notícias sobre ele em jornais, televisão, revistas e internet
- 7 Comentários deixados por terceiros em blogs, Twiber, Facebook e sites de notícias
- 8 Presença e participação dele em redes sociais
- 9 Afinidade religiosa
- 10 Afinidade partidária
- 11 Não tenho critérios

Opções de
respostas



ANÁLISE VERTICAL

QUAIS OS CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA

ESCOLHER O CANDIDATO

POR FAIXA DE MUNICÍPIO?

Critério mais relevante



Critério menos relevante



Histórico e trajetória política



Afinidade Religiosa

Histórico e trajetória política



Relacionamento Virtual

Histórico e trajetória política



Afinidade partidária

Propostas apresentadas



Afinidade religiosa

ANÁLISE TRANSVERSAL

QUAIS OS CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA
ESCOLHER O CANDIDATO POR FAIXA DE CIDADE?



“Histórico e trajetória do candidato” e “Propostas apresentadas”
foram os dois critérios **mais relevantes** em todas as categorias de municípios.



“Relacionamento virtual com o candidato” não é um critério relevante em nenhuma faixa de cidade.

ANÁLISE TRANSVERSAL



QUAIS OS CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA
ESCOLHER O CANDIDATO POR FAIXA DE CIDADE?



Apenas em cidades com até 50 mil habitantes o critério "Relacionamento pessoal com o candidato" tem relevância (17%) - mesmo assim pequena precedido pelos critérios "propostas apresentadas" (68%), "histórico e trajetória" (72%) e notícias sobre o candidato (49%).

ANÁLISE TRANSVERSAL

QUAIS OS CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA
ESCOLHER O CANDIDATO POR FAIXA DE CIDADE?



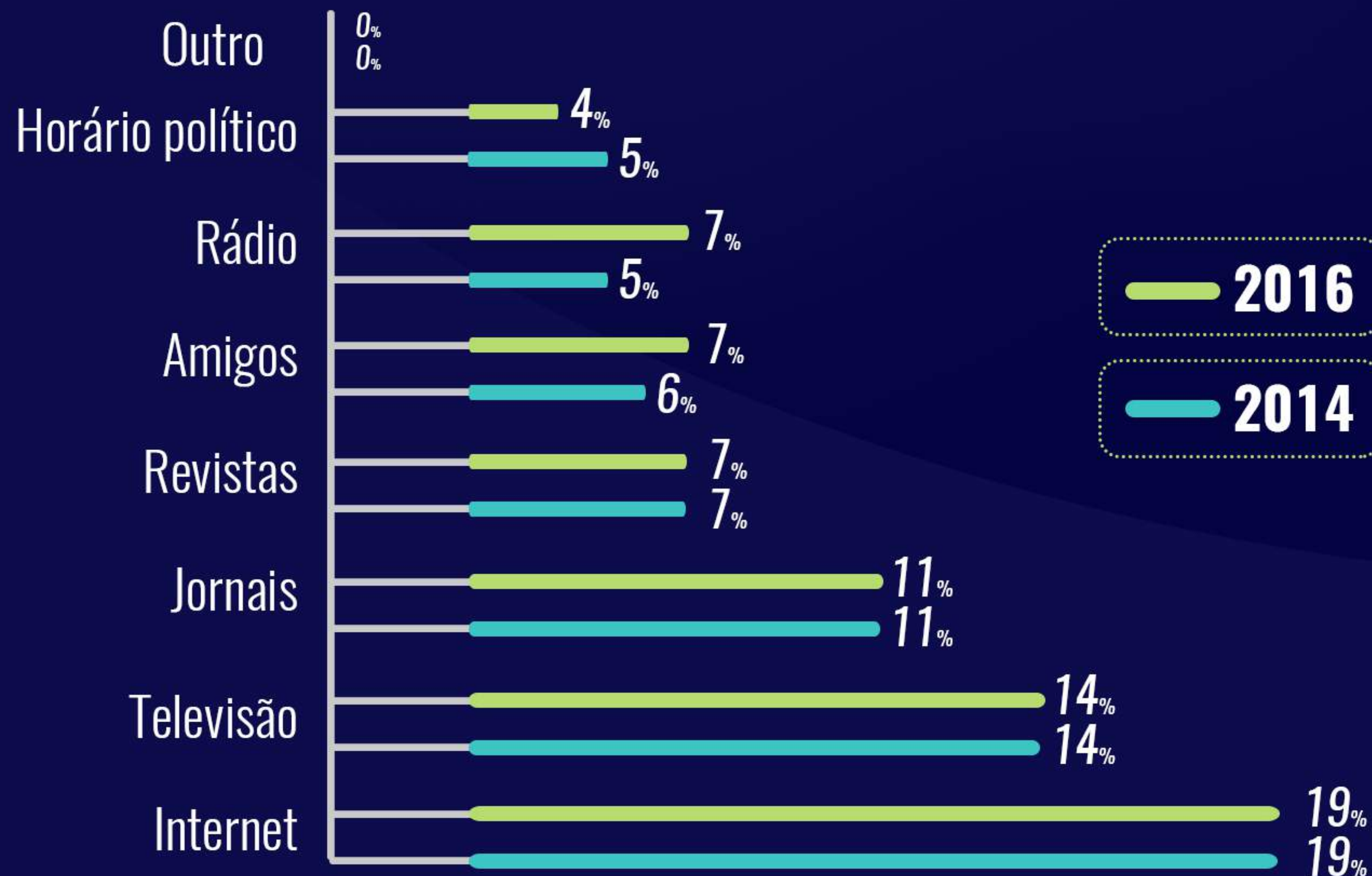
Eleitores de cidades com +500 mil habitantes foram os que **deram menos relevância para "afinidade partidária" (0,6%)**.
O maior índice foi de 13% em cidades de 50 a 200 mil habitantes.



INTERNET- INFLUENCIA?



DE FORMA GERAL, EM QUAIS CANAIS OS ELEITORES
BUSCAM INFORMAÇÕES DOS CANDIDATOS?



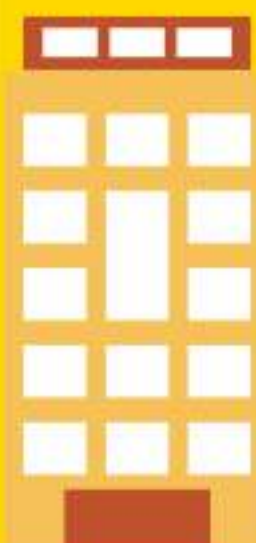


HABITANTES/
CIDADE

Até
**50
MIL**



Entre
**50
MIL**
e
**200
MIL**



Entre
**200
MIL**
e
**500
MIL**



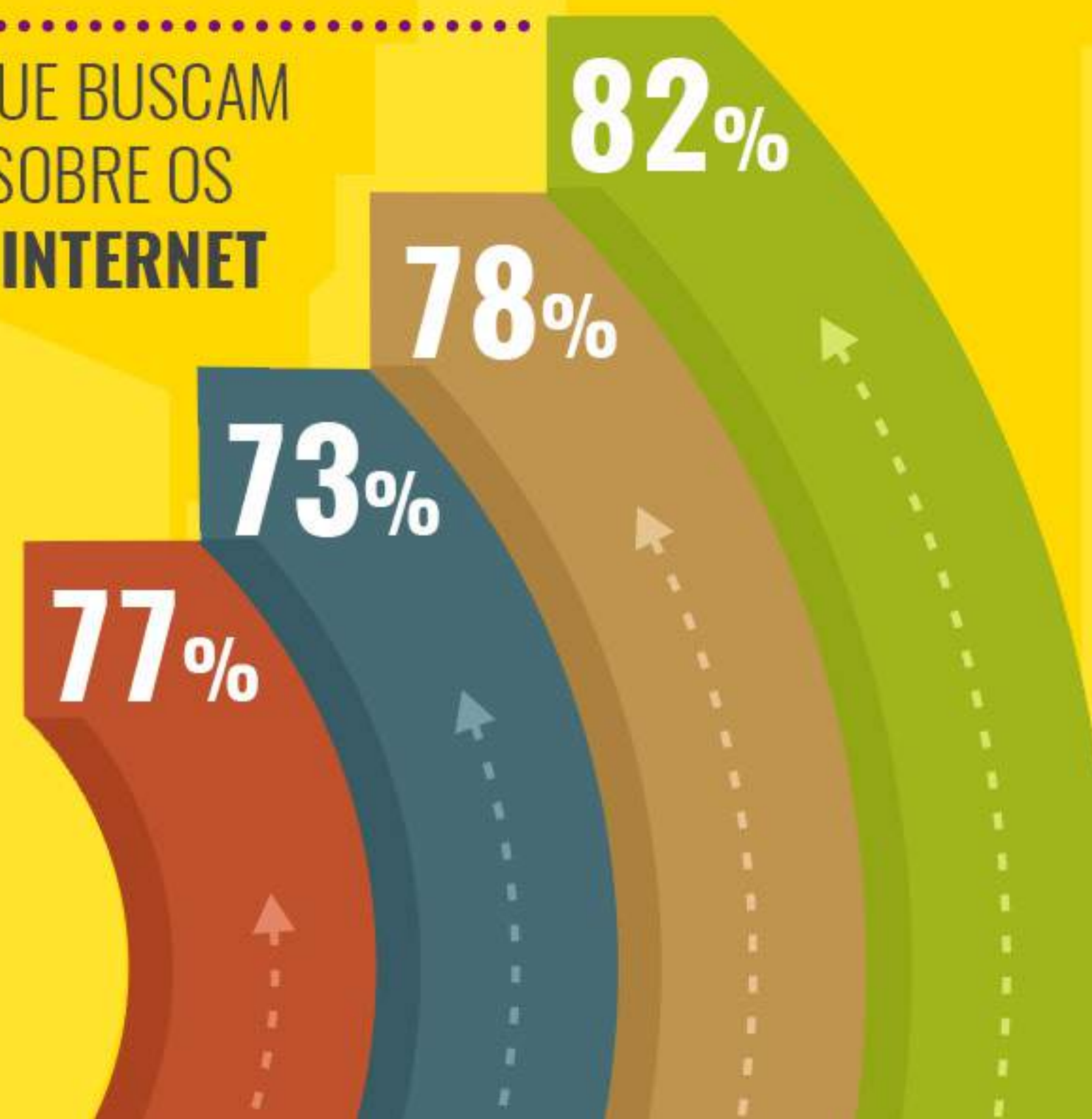
Mais de
**500
MIL**



MUNICÍPIOS MENORES

SÃO IMPACTADOS
PELA INTERNET?

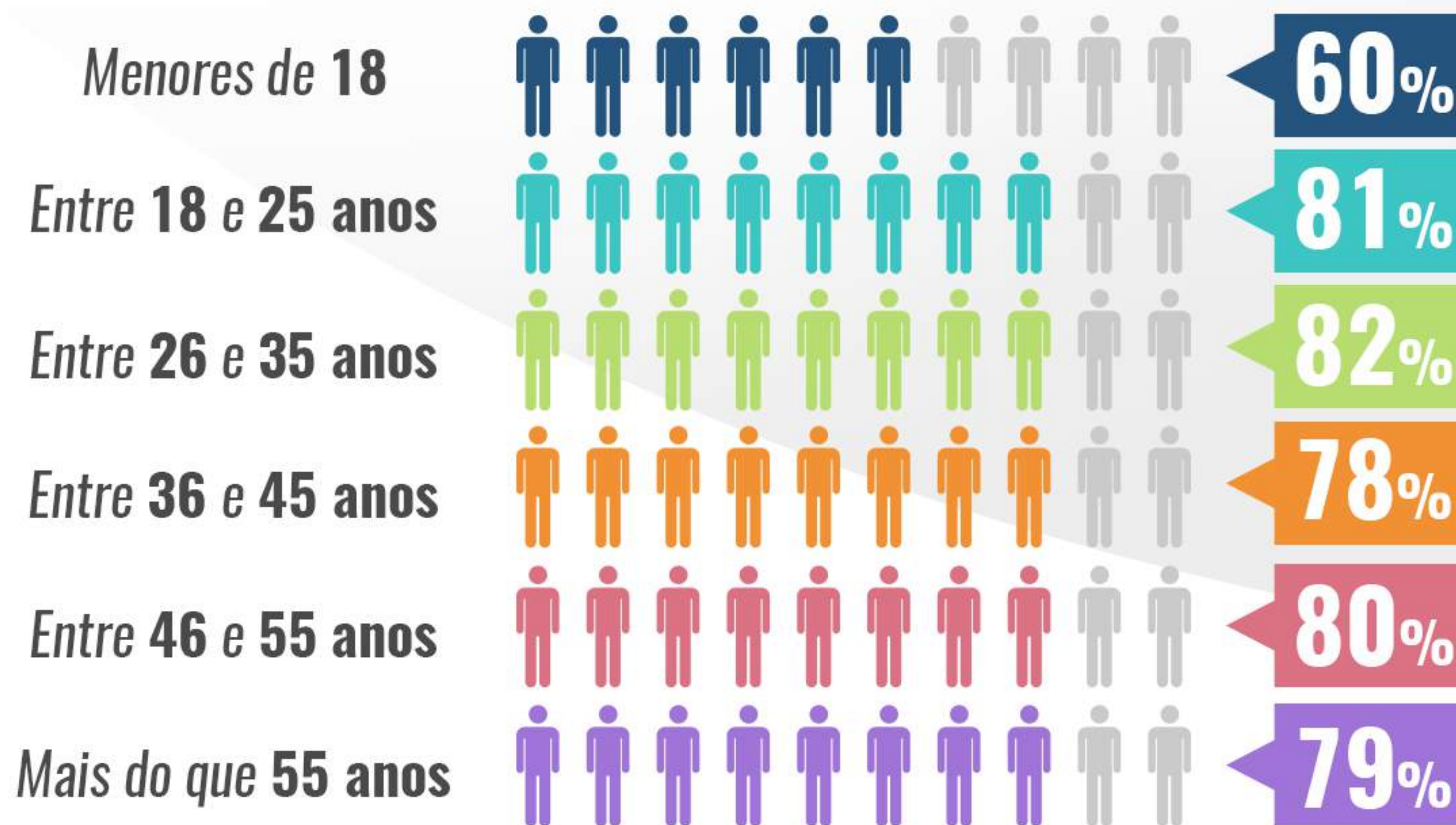
% DE ELEITORES QUE BUSCAM
INFORMAÇÕES SOBRE OS
CANDIDATOS **NA INTERNET**





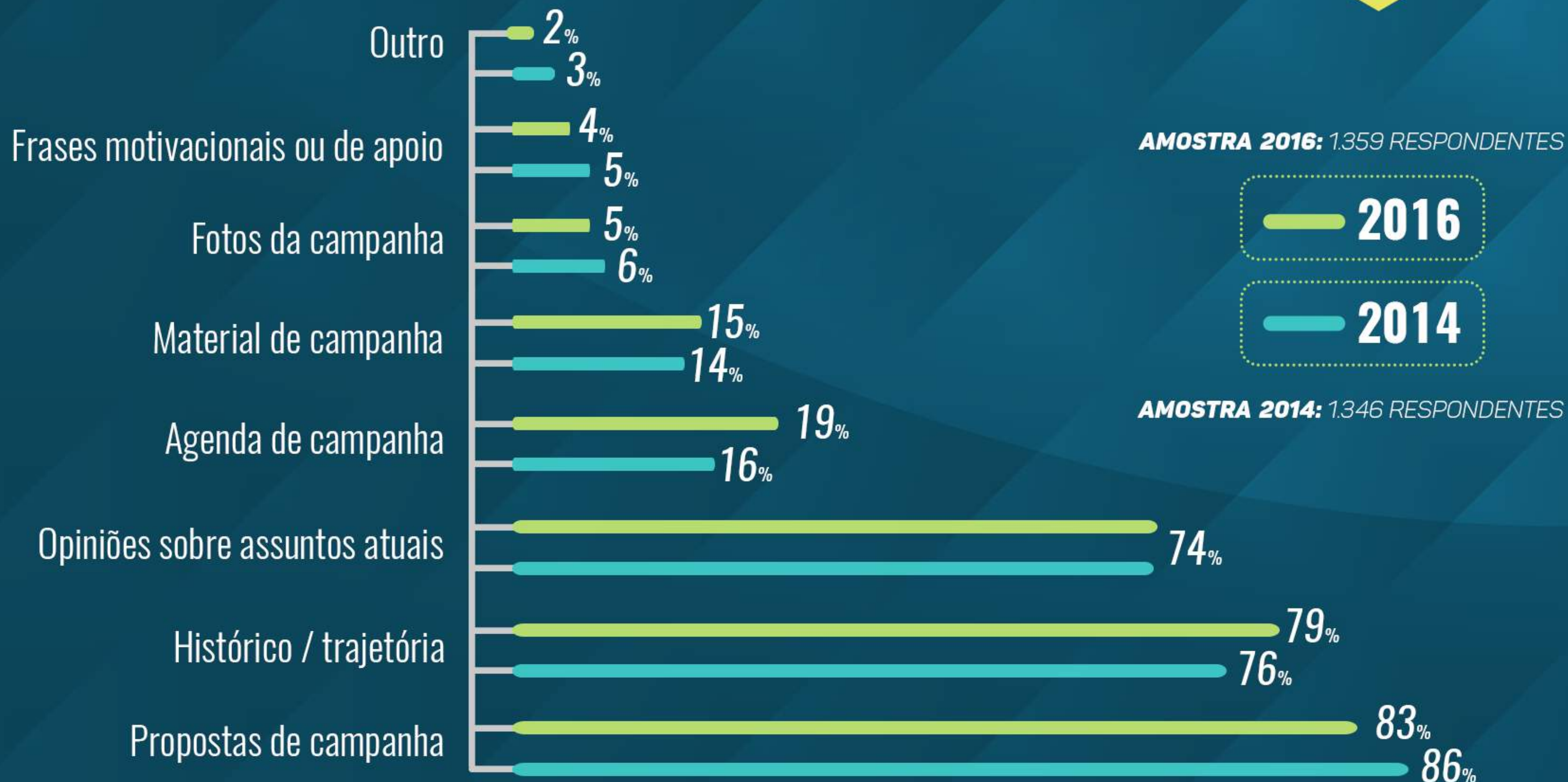
PESQUISAR NA INTERNET É COISA PRA JOVEM?

FAIXA
ETÁRIA



% DE ELEITORES QUE BUSCAM
INFORMAÇÕES SOBRE OS
CANDIDATOS **NA INTERNET**

DE FORMA GERAL, O QUE O ELEITOR *ESPERA ENCONTRAR*
NOS CANAIS DIGITAIS DE UM CANDIDATO?





**QUAL O MELHOR
FORMATO PARA
RECEBER A INFORMAÇÃO
DO SEU CANDIDATO?**

AMOSTRA: 1.359

**Vídeo com atores e/ou
gráficos**

7%

Texto longo

7%

Podcast (áudio)

9%

Outro

1%

Texto curto

33%

**Vídeo com o
candidato**

19%

Infográficos

16%

Fotos e/ou imagens

11%

